



Zur Psychologie der Nutzung von Online-Angeboten: **Wer Nutzer will, muss freundlich sein**

World Usability Day 2009, 12. November 2009

Dr. Andreas Vlašić

Medien Institut / IT-Forum Rhein-Neckar e.V.

Dr. Andreas Vlastic: Wer Nutzer will, muss freundlich sein



Bildquelle: http://www.bodo.de/de/aktuelles/presse/bilder/FAA_und_Bernd_Dornbusch_150.jpg

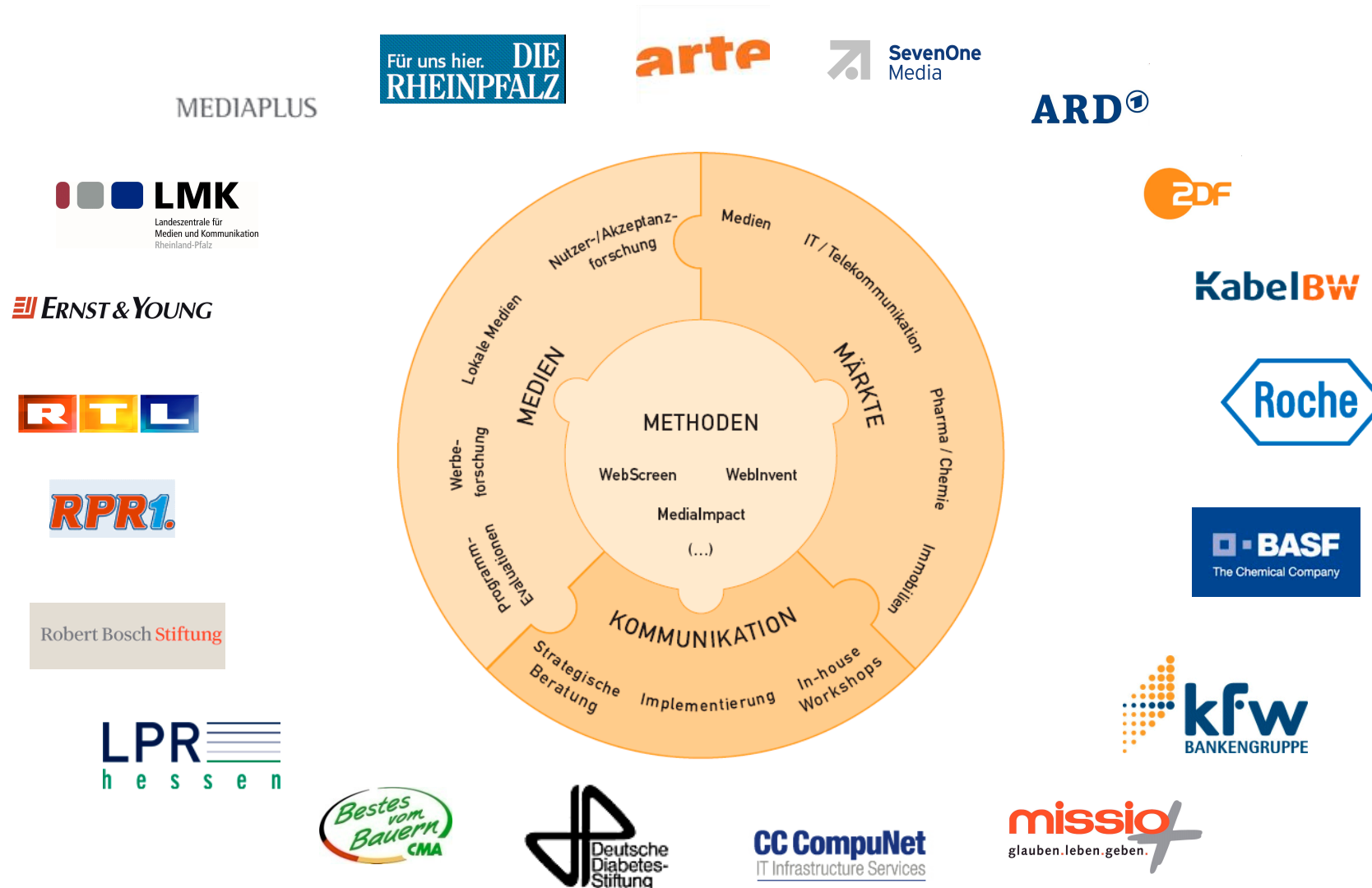
IT-Forum Rhein-Neckar e.V.: Ziele

- Netzwerk aus momentan 57 Unternehmen und Institutionen aus der Medien- und IT-Branche der Metropolregion
- Stärkung der Metropolregion im Bereich der Medien- und IT-Branche durch
 - Vernetzung
 - Profilierung
 - Kommunikation der Stärken
 - strategische Entwicklung
- Positionierung und Profilierung der Metropolregion Rhein-Neckar:

Optimierung der Nutzung von Medien- und IT-Technologie



Medien Institut: Kompetenzen und Referenzen (Auszug)



Agenda

1. **Muss man wirklich freundlich sein?**
2. Wie „ticken“ die Nutzer von Online-Angeboten?
3. Freundlich sein heißt Zuhören können

Horst Köhlers freundliche Globalisierung



*„Es ist wirklich viel vernünftiger,
freundlich zu sein“*

Bundespräsident Horst Köhler in seiner
„Berliner Rede“ am 1. Oktober 2007
zum Thema Globalisierung

Quelle: Focus online
(http://www.focus.de/politik/zitate/zitat_aid_134547.html)

Freundlichkeit als Schlüsselkompetenz in der Online-Welt

- **Freundlichkeit: Aus der Mode geraten?**
 - Aristoteles: Freundlichkeit als wichtige Tugend für den Verkehr der Menschen untereinander
 - Soziologie: Freundlichkeit als Teil einer effizienten Strategie im Gefangenendilemma
 - Marketing: Freundlichkeit als Erfolgsfaktor im Verkauf

	A schweigt	A gesteht
B schweigt	A: - 1 B: - 1 gesamt: - 2	A: - 0 B: - 5 gesamt: - 5
B gesteht	A: - 5 B: - 0 gesamt: - 5	A: - 4 B: - 4 gesamt: - 8

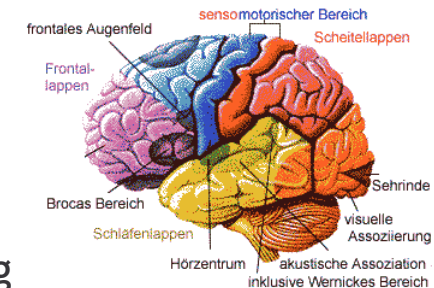
- **Zwei Thesen:**
 - Digitalisierung und zunehmende Vernetzung machen Freundlichkeit wichtiger denn je
 - Um freundlich zu sein, muss man Zuhören können

Agenda

1. Muss man wirklich freundlich sein?
2. Wie „ticken“ die Nutzer von Online-Angeboten?
3. Freundlich sein heißt Zuhören können

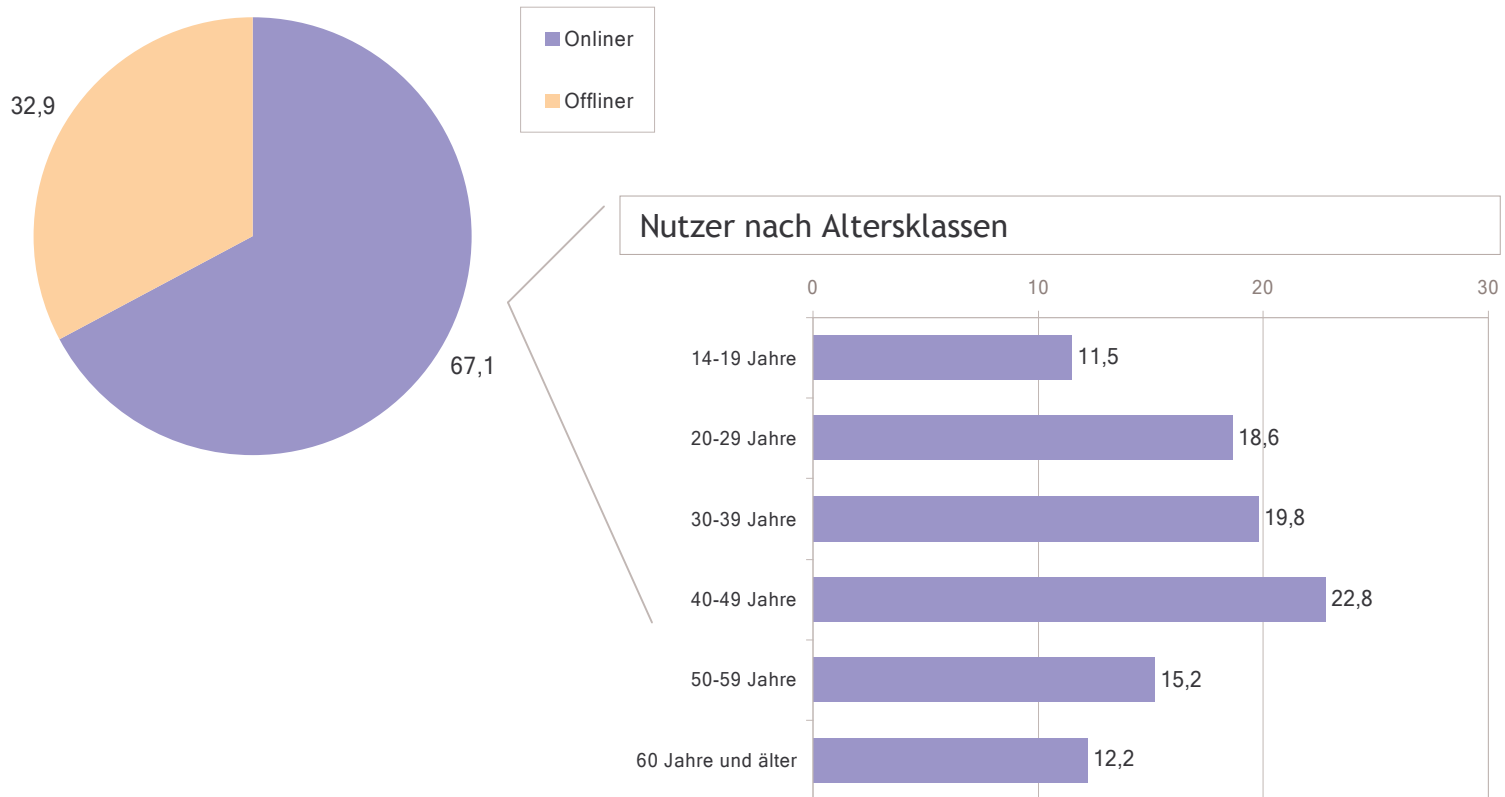
Freundlichkeit aus Sicht der Psychologie

- Platonischer Dualismus greift zu kurz: Bei Entscheidungen sind „kognitive“ und „affektive“ Hirnregionen aktiviert (Damasio 1992)
- Frames und Schemata beeinflussen Informationsverarbeitung und Verhalten (ELM, MODE-Model)
- Freundlichkeit erleichtert (auch notwendige) Transaktionen
 - Wer unfreundlich ist, braucht gute Argumente (Monopol, Gewalt, eindeutiger Produktvorteil)
 - Und: Auch wenn man gute Argumente hat, ist es ökonomisch, freundlich zu sein (Transaktionskosten, Reaktanz)
- Gilt das auch für die Online-Welt und ihre Einwohner?



Digital Natives oder Digital Residents?

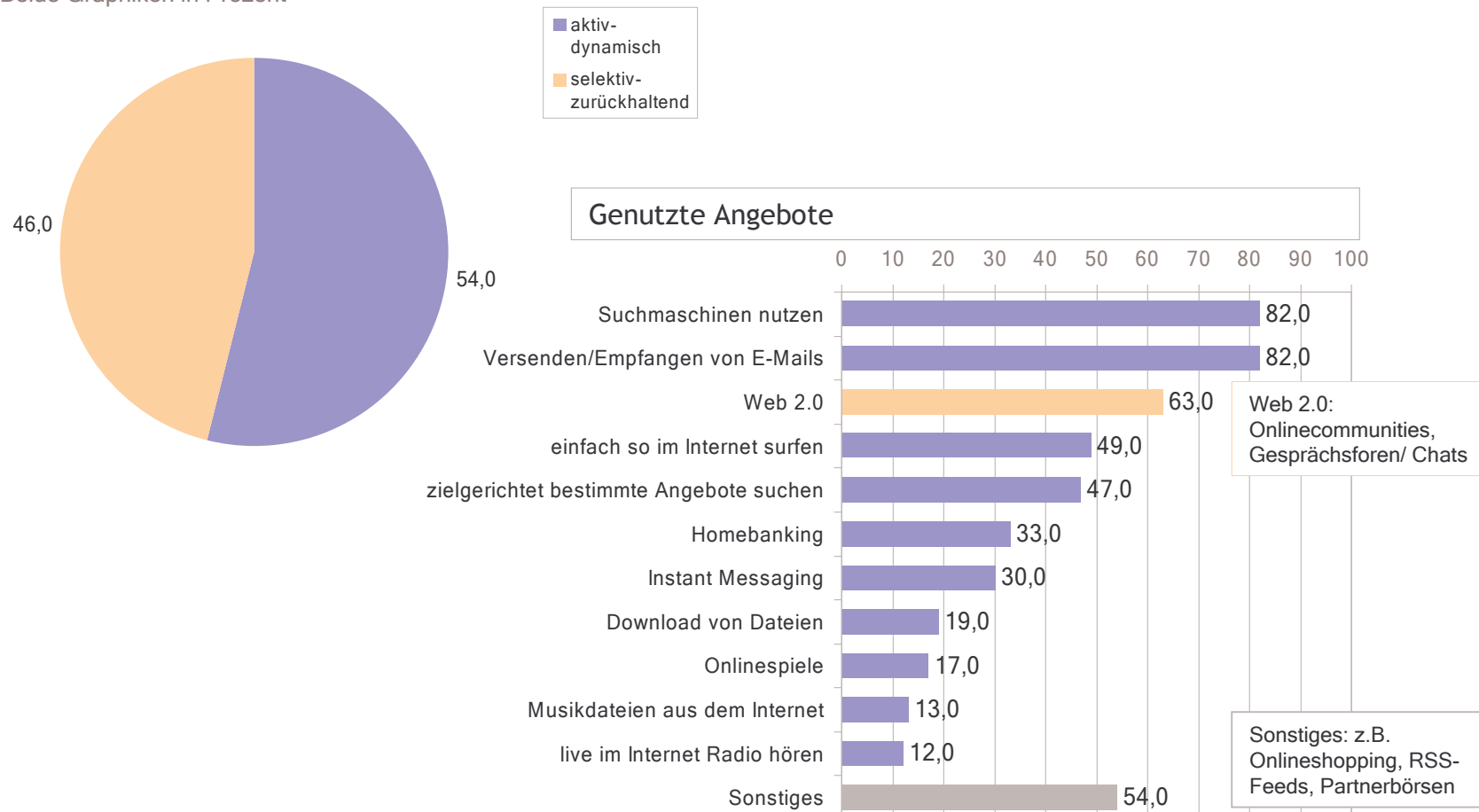
Beide Graphiken in Prozent



Quelle: ARD-ZDF-Onlinestudie 2009
Basis: Befragte, die das Internet zumindest gelegentlich nutzen (N = 1806)

Digital Natives oder Digital Residents? /2

Beide Graphiken in Prozent



Quelle: ARD-ZDF-Onlinestudie 2009 / ARD-ZDF-Onlinestudie 2007
Basis: 2009: N = 1002; 2007: N = 1142

Soziale Bewegungen im Netz - Beispiel „Jack Wolfskin“

- Unternehmen „Jack Wolfskin“ stellt Funktionskleidung und Outdoor-Ausrüstung her, Markenzeichen ist eine Pfote mit vier Zehen
- Im Herbst 2009 werden Kleinstunternehmer, die Produkte mit Tatzenlogo verkaufen wollen, abgemahnt
- Nach starker Reaktion zunächst aus dem Netz und den Medien werden die Abmahnungen zurückgezogen, der Image-Schaden ist beträchtlich

**Jack
Wolfskin**



Bildquellen vlnr: http://filapper.de/wp-images/2009/1018_fuck_wolfshaut.jpg
http://a33.idata.over-blog.com/2/70/70/62/00_Pfote_36803854.jpg
<http://www.spiegel.de/images/image-24638-galleryV9-fbhc.jpg>
http://images.blog.edelight.de/outdoor/Jack_Wolfskin_logo.jpg

Agenda

1. Muss man wirklich freundlich sein?
2. Wie „ticken“ die Nutzer von Online-Angeboten?
3. **Freundlich sein heißt Zuhören können**

Freundlichkeit im digitalen Zeitalter

- Wenn Märkte Gespräche sind, dann sollte man darauf achten, dass die Gespräche freundlich sind
- Freundlichkeit umfasst neben technischen auch inhaltliche und emotionale Aspekte
 - technische Funktionalität ist Voraussetzung, aber nicht ausreichend
 - Erwartungen der Zielgruppe entscheiden über Nutzung(serfolg)!
- Meta-Analyse Medien Institut:
 - Zufriedenheit mit einem Angebot hängt wesentlich davon ab, ob Nutzer das gefunden haben, was sie suchen
 - was verschiedene Nutzer auf der derselben Seite suchen, kann jedoch sehr unterschiedlich sein



Wer freundlich sein will, sollte zuhören

- Systematisches Zuhören ist Schlüsselfaktor für Erfolg im Netz
- Methodenvielfalt? Triangulation!
 - Expertenmeinung ist gut, Nutzermeinung ist besser
 - Nutzer sagen ihre Meinung auch im Netz (und das hat Wirkung)
 - Aber: Nicht alles, was wichtig ist, wird im Netz gesagt
- **Fazit:**
 - Digitalisierung und zunehmende Vernetzung machen Freundlichkeit wichtiger denn je!
 - Um freundlich zu sein, muss man Zuhören können!



Quelle: <http://ahoipolloi.blogger.de/stories/1241640/>

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**